

Печатные материалы. Важный метод коммуникационной политики предприятия, который нельзя оставить без внимания это – печать информационных материалов в печатных СМИ. Публикации в СМИ решают задачи: улучшение отношения товару и производителю; оповещение потребителей о местах продаж, свойствах и характеристиках товара.

Заключение. Продвижение товара играет очень важную роль в деятельности предприятия. Не своевременная или непродуманная работа в данном направлении может способствовать упущению возможных выгод и потере потенциальных потребителей. И на оборот, грамотное продвижение товара делает его успешным на рынке, что приводит предприятие к успеху и получению прибыли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Практикум групп [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://practicum-group.com/blogs/metody-prodvizheniya-tovara-na-gynok/>. – Дата доступа: 20.03.2020
2. Свободная универсальная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> – Дата доступа: 20.03.2020
3. Беквит, Г. Сам себе бренд: Искусство самопрезентации / Гарри беквит. Пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 202с.

УДК 339.94

МИРОВАЯ ИНДУСТРИЯ ПИВА И ЕЕ ТЕНДЕНЦИИ

*А.А. Нещеретова, магистрант группы 50502019 ФММП БНТУ,
научный руководитель – к.э.н., доцент К.С. Якушенко*

Резюме – В данной научной работе рассматриваются факторы, влияющие на повышение объемов потребления пива. Раскрыты основные тенденции мировой пивной индустрии последних лет, которые напрямую связаны с развитием пивной отрасли в будущем.

Summary – This article discusses the factors that influence the increase in beer consumption. The main trends of the global beer industry of recent years, which are directly related to the development of the beer industry in the future, are revealed.

Введение. На протяжении последних десятилетий наблюдается активный рост индустрии пива. Причиной которого служит несколько факторов. В первую очередь благодаря активным пиар компаниям, рекламным акциям, различным фестивалям и в целом развития индустрии развлечений, происходит привлечение всё большего количества населения, с целью увеличения потребления пивной продукции. Также значительный объем финансовых поступлений, который пивные компании отчисляют в бюджет своих стран, являются значительной статьёй дохода государства в качестве налогов. Таким образом, все вышеперечисленное способствует увеличению объемов производства пивной продукции, возникновению новых сортов и брендов, мест продажи и т.д. Тем самым развитие индустрии пива косвенно, а в некоторых случаях и на прямую влияет на развитие других сфер.

Основная часть. Потребление пива в последние годы увеличилось в связи с ростом располагаемого дохода и увеличением потребительских предпочтений к пиву по сравнению с другими алкогольными напитками. Кроме того, резкий рост числа молодых людей, употребляющих пивные напитки, подпитывают рост пивного рынка. Согласно данным Организации Объединенных Наций World Population Prospect, мировое молодежное население, как ожидается, достигнет 1,3 миллиарда человек к 2030 году. Кроме того, консолидация локальных каналов дистрибуции еще больше дополняет рост рынка. Также, культурные изменения и принятие западной культуры повлияли на восприятие потребителя алкогольных напитков, особенно пива. Однако росту рынка пива препятствуют более высокие акцизы на импортное, а также местное пиво, а также рост осведомленности потребителей о здоровье населения. Тем не менее, пивная промышленность предлагает многочисленные возможности для роста в ближайшем будущем, благодаря внедрению новых технологий и стратегий продвижения [1].

Быстро меняющийся образ жизни людей, стремительная урбанизация, высокий располагаемый доход и популярность пива среди молодежи обеспечили хороший рост пивной индустрии в последние годы. Несмотря на то, что в 2017-2018 годах в этом секторе наблюдалось небольшое замедление, рынок, тем не менее, продолжал работать хорошо и начал расти к 2019 году [2]. Некоторые ключевые выводы из того, что происходило в мировой пивной индустрии в последние годы: пивная промышленность в последние годы была ориентирована на развивающиеся страны, такие как Китай, Индия и Бразилия. Удивительно, но развитые рынки стали свидетелями резкого спада. рыночное потребление также росло разумными темпами, превысив 175 миллиардов литров к концу 2017 года. традиционные рынки, такие как Северная Америка, оставались неизменными в последние годы, поскольку Латинская Америка и Азиатско-Тихоокеанский регион возглавляли рост отрасли. Китай занял лидирующее место как крупнейший рынок пива, за ним следуют Соединенные Штаты и Бразилия.; на пивных рынках Австралии и Германии наблюдался спад продаж, поскольку рынок боролся с ужесточением розничного

доступа и различными правительственными нормативами; внедрение инновационных вкусов и новых ингредиентов привело к тому, что пиво стало любимым напитком среди тысячелетней толпы во всем мире; растущая популярность крафтового пива привела к более высокому предпочтению пива среди потребителей.

Приобретение SABMiller компанией Anheuser Busch оставалось кульминацией последних лет, поскольку в мировой пивной индустрии продолжались устойчивые темпы консолидации. Если десять лет назад мировая пивная индустрия оставалась крайне фрагментированной, то сегодня, благодаря неуклонному процессу консолидации, рынок становится высокоструктурированным и тесно удерживаемым [3]. Последние годы стали свидетелями того, как компания Anheuser-Busch InBev SA / NV стала мировым лидером на рынке пива. После приобретения SABMiller компания Anheuser-Busch InBev SA / NV занимала примерно 27% рынка в мировой пивной индустрии, за ней следовали Heineken и China resources [4].

Заключение. По мере того, как мировой рынок пива продолжает расти и становится все более насыщенным, акцент на ценность по сравнению с объемом и получение врожденного понимания быстро меняющихся предпочтений потребителей будут иметь более важное значение, чем когда-либо, если компании хотят остаться в бизнесе. Тестирование различных стратегий и изобретение разнообразных продуктов будет иметь жизненно важное значение для игроков, чтобы сохранить свои лидерские позиции в ближайшие годы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Reserch and markets [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.researchandmarkets.com/>. - Дата доступа: 13.02.2020.
2. Profibeer [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://profibeer.ru/beer/analitiki-mirovoj-pivnoj-rynok-posle-sokrashheniya-v-2018-godu-vernyotsya-k-rostu/>. - Дата доступа: 13.02.2020.
3. World Health Statistics [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272596/9789241565585-eng.pdf?ua=1>. - Дата доступа: 14.02.2020
4. Nielsen media research [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nielsen.com/us/en/>. - Дата доступа: 15.02.2020.

УДК 339.94

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ НА РЫНКЕ АЛКОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ РОССИИ

Н.В. Подроба, магистрант группы 50502019 ФММП БНТУ,
научный руководитель – д-р экон. наук, профессор, член-корр. НАНБ А.Е. Дайнеко

Резюме – В данной научной работе рассмотрена динамика на рынке алкогольной продукции в России. Выявлены изменения в модели потребления продукции.

Summary - This article discusses the main trends in the alcohol market in Russia. Identified changes in changes in the model of consumption of products.

Введение. Рынок алкогольной продукции является важным фактором формирования бюджета любой страны. В данной связи изучение рыночных тенденций позволяет прогнозировать спрос и предложение, что влияет на формирование государственной политики в области регулирования рынка алкогольной продукции. Анализ показывает, что продажи алкоголя на территории России в 2018 году выросли на 4,6%. Однако рост продаж показали не все категории алкогольной продукции, так приобретение водки снизилось, хотя в малой таре она по-прежнему популярна. Значительное влияние на спрос оказало международное спортивное событие – чемпионат мира по футболу 2018 года и различные промоакции, приуроченные к данному событию.

Основная часть. В результате проведенного исследования выявлена новая тенденция, характерная для периода 2019 года, потребления алкогольной продукции в России. Так установлено, что долгое время выбор между водкой и виски, мартини и пивом на российском рынке был предопределен, однако современный потребитель значительно меняет устоявшиеся правила. В чем же заключается новая модель потребления алкоголя? Основными факторами, оказавшими влияние на изменение модели потребления алкоголя, являются: потребители перестали бояться пробовать новые напитки и вкусы, стали более разборчивы; производителями расширяется ассортиментный ряд и выпускаются новинки, тем самым привлекают покупателей. По результатам 2019 года производство алкогольной продукции в России выросло в натуральном и денежном выражении на 2% и 4,2% соответственно. К остальным трем макроиндустриям относятся продовольственные и непродовольственные товары, и табак, которые росли за счет увеличения цен и стагнировали или сокращались в объемном выражении[1].

Все алкогольные категории в 2019 году на рынке России показали рост, кроме водки. Продажи водки стагнируют на уровне -1,7% в натуральном выражении и -0,1% в денежном выражении. Наиболее высокие темпы роста как и в 2018 году показали небольшие по объемам продаж категории. Особенно сильно в денежном выражении выросли продажи джина и виски на 26% и 15,8% соответственно. Рост продаж джина является рекордным. Такая тенденция обусловлена тем, что в данных категориях появляются более доступные для потребителей альтернативы, развиваются локальные предприятия. У многих производителей получается сдерживать